



Analisis Pelaksanaan Pelayanan Bisnis terhadap Peningkatan Kualitas Layanan pada Direktorat Bisnis dan Komersialisasi

Ariel Alpriansah^{1*}, Andrian Noviardy²

¹ Universitas Bina Darma

² Universitas Bina Darma

Korespondensi penulis: arilalfianmuba@gmail.com, andrian.noviardy@binadarma.ac.id

Abstrak. *This study aims to analyze the implementation of business services on improving service quality at the Directorate of Business and Commercialization of Bina Darma University. The research employed a qualitative descriptive method with data collection techniques through observation, interviews, and documentation. The results showed that the implementation of business services has been carried out in accordance with established procedures, supported by information technology and competent human resources. The service quality provided is considered good based on SERVQUAL dimensions, including tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. The main supporting factors include employee competence, technology utilization, work coordination, and adequate facilities and infrastructure. Constraints encountered include cross-unit coordination, increased workload, and technical disruptions in internet networks. Improvement efforts are conducted through periodic evaluations, employee competency enhancement, and strengthening service systems. This study concludes that the implementation of business services plays an important role in improving service quality, thus the better the implementation of business services, the better the quality of services produced.*

Keywords: *business service implementation; business services; service quality; SERVQUAL*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pelaksanaan pelayanan bisnis terhadap peningkatan kualitas layanan pada Direktorat Bisnis dan Komersialisasi Universitas Bina Darma. Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan pelayanan bisnis telah berjalan sesuai prosedur yang ditetapkan dengan dukungan teknologi informasi serta sumber daya manusia yang kompeten. Kualitas layanan yang diberikan tergolong baik berdasarkan dimensi SERVQUAL, mencakup bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Faktor pendukung utama meliputi kompetensi pegawai, pemanfaatan teknologi, koordinasi kerja, dan sarana prasarana yang memadai. Kendala yang dihadapi antara lain koordinasi lintas unit, peningkatan volume pekerjaan, serta gangguan teknis jaringan internet. Upaya perbaikan dilakukan melalui evaluasi berkala, peningkatan kompetensi pegawai, dan penguatan sistem pelayanan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pelaksanaan pelayanan bisnis memiliki peranan penting dalam meningkatkan kualitas layanan, sehingga semakin baik pelaksanaan pelayanan bisnis maka semakin baik pula kualitas layanan yang dihasilkan.

Kata Kunci: kualitas layanan; pelaksanaan pelayanan bisnis; pelayanan bisnis; SERVQUAL

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis dan kemajuan teknologi informasi yang berlangsung sangat cepat telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam pengelolaan organisasi dan pelayanan kepada pelanggan. Di era persaingan yang semakin kompetitif, organisasi tidak hanya dituntut untuk menghasilkan produk atau jasa yang berkualitas, tetapi juga harus mampu memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan dan mitra kerja. Pelayanan yang berkualitas menjadi salah satu faktor utama yang menentukan keberhasilan organisasi dalam mempertahankan eksistensi, meningkatkan kepercayaan pelanggan, serta menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Dalam lingkungan organisasi modern, pelayanan tidak lagi dipandang sebagai aktivitas pendukung semata, melainkan sebagai bagian penting dari strategi organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Pelayanan yang baik mampu menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan sehingga dapat meningkatkan tingkat kepuasan, loyalitas, dan kepercayaan terhadap organisasi. Sebaliknya, pelayanan yang kurang optimal dapat menimbulkan berbagai dampak negatif, seperti menurunnya kepuasan pelanggan, berkurangnya kepercayaan terhadap organisasi, serta menurunnya efektivitas pencapaian tujuan organisasi secara keseluruhan.

Salah satu bentuk pelayanan yang memiliki peran penting dalam mendukung keberhasilan organisasi adalah pelayanan bisnis. Pelayanan bisnis merupakan serangkaian aktivitas yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, mitra kerja, maupun pemangku kepentingan lainnya melalui penyediaan layanan yang efektif, efisien, dan profesional. Pelayanan bisnis tidak hanya mencakup pemberian informasi dan penyelesaian administrasi, tetapi juga meliputi pengelolaan hubungan dengan pelanggan, pengembangan kerja sama, konsultasi bisnis, promosi, pemasaran, hingga proses komersialisasi produk dan jasa yang dimiliki organisasi.

Pelayanan bisnis yang dilaksanakan secara baik akan memberikan nilai tambah bagi organisasi karena mampu meningkatkan efektivitas operasional, memperluas jaringan kerja sama, serta memperkuat posisi organisasi dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat. Oleh karena itu, setiap organisasi perlu terus melakukan evaluasi dan perbaikan terhadap sistem pelayanan bisnis yang diterapkan agar mampu memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan.

Kualitas layanan merupakan salah satu indikator yang dapat digunakan untuk menilai keberhasilan pelaksanaan pelayanan bisnis dalam suatu organisasi. Kualitas layanan mencerminkan kemampuan organisasi dalam memberikan pelayanan yang mampu memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan. Tingkat kualitas layanan yang tinggi menunjukkan bahwa organisasi mampu memberikan pelayanan secara cepat, tepat, responsif, dan profesional. Sebaliknya, kualitas layanan yang rendah menunjukkan adanya kesenjangan antara pelayanan yang diberikan dengan harapan pelanggan.

Dalam konteks organisasi yang bergerak di bidang pengembangan bisnis dan komersialisasi, kualitas layanan memiliki peranan yang sangat penting karena berkaitan langsung dengan kepuasan pelanggan dan keberhasilan pelaksanaan program kerja organisasi. Pelanggan dan mitra kerja cenderung akan memilih organisasi yang mampu memberikan pelayanan terbaik, mudah diakses, transparan, serta mampu memberikan solusi terhadap berbagai kebutuhan dan permasalahan yang mereka hadapi. Oleh karena itu, peningkatan kualitas layanan menjadi salah satu prioritas yang harus diperhatikan oleh setiap organisasi agar mampu mempertahankan kepercayaan pelanggan dan meningkatkan kinerja organisasi secara berkelanjutan.

Direktorat Bisnis dan Komersialisasi merupakan salah satu unit kerja yang memiliki tanggung jawab dalam mengelola berbagai aktivitas bisnis dan pelayanan kepada pelanggan maupun mitra kerja. Direktorat ini berperan dalam merancang dan melaksanakan strategi pengembangan bisnis, mengelola kerja sama dengan berbagai pihak, melakukan promosi dan pemasaran, serta mendukung proses komersialisasi produk dan jasa yang dimiliki organisasi. Selain itu, Direktorat Bisnis dan Komersialisasi juga berfungsi sebagai pusat pelayanan yang memberikan berbagai informasi, konsultasi, dan pendampingan kepada pelanggan maupun mitra kerja yang membutuhkan layanan.

Sebagai unit yang berhubungan langsung dengan berbagai pihak eksternal, Direktorat Bisnis dan Komersialisasi dituntut untuk mampu memberikan pelayanan yang cepat, akurat, responsif, dan profesional. Tingginya intensitas interaksi dengan pelanggan dan mitra kerja menjadikan kualitas pelayanan sebagai salah satu faktor yang sangat menentukan keberhasilan pelaksanaan tugas dan fungsi direktorat. Pelayanan yang baik akan memberikan kesan positif bagi pelanggan, sedangkan pelayanan yang kurang optimal dapat memengaruhi tingkat kepuasan dan kepercayaan terhadap organisasi.

Dalam pelaksanaannya, Direktorat Bisnis dan Komersialisasi telah berupaya menerapkan berbagai strategi untuk meningkatkan kualitas layanan. Berbagai upaya tersebut antara lain dilakukan melalui peningkatan kompetensi sumber daya manusia, penyediaan sarana dan prasarana yang memadai, pengembangan sistem pelayanan berbasis teknologi informasi, serta penyusunan standar operasional prosedur yang bertujuan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelayanan. Meskipun demikian, pelaksanaan pelayanan bisnis masih menghadapi berbagai tantangan yang memerlukan perhatian dan perbaikan secara berkelanjutan.

Perkembangan teknologi informasi dan digitalisasi saat ini telah mengubah pola interaksi antara organisasi dengan pelanggan. Pelanggan tidak hanya menginginkan pelayanan yang cepat, tetapi juga mengharapkan kemudahan akses informasi, transparansi proses pelayanan, serta kemampuan organisasi dalam memberikan solusi secara tepat dan akurat. Kondisi ini menuntut Direktorat Bisnis dan Komersialisasi untuk terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan pelanggan yang semakin kompleks.

Selain itu, meningkatnya jumlah pelanggan dan mitra kerja yang dilayani juga menjadi tantangan tersendiri dalam pelaksanaan pelayanan bisnis. Semakin banyak pihak yang membutuhkan layanan, maka semakin besar pula tuntutan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Organisasi harus mampu menjaga konsistensi pelayanan agar setiap pelanggan memperoleh pengalaman layanan yang sama baiknya tanpa dipengaruhi oleh jumlah permintaan layanan yang terus meningkat.

Berdasarkan hasil pengamatan selama pelaksanaan kegiatan penelitian, penulis menemukan bahwa Direktorat Bisnis dan Komersialisasi telah menunjukkan komitmen yang baik dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan dan mitra kerja. Hal ini terlihat dari adanya upaya untuk memberikan pelayanan secara ramah, menyediakan informasi yang dibutuhkan pelanggan, serta melakukan koordinasi dengan berbagai pihak dalam mendukung kelancaran pelayanan. Namun demikian, masih terdapat beberapa kendala yang ditemui dalam pelaksanaan pelayanan bisnis, seperti perlunya peningkatan kecepatan dalam proses pelayanan, optimalisasi pemanfaatan teknologi informasi, peningkatan koordinasi antarbagian, serta perlunya penguatan kompetensi pegawai dalam menghadapi kebutuhan pelanggan yang semakin beragam.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pelaksanaan pelayanan bisnis memiliki hubungan yang erat dengan peningkatan kualitas layanan. Keberhasilan dalam memberikan pelayanan

bisnis yang baik akan berdampak langsung terhadap meningkatnya kepuasan pelanggan, efektivitas pelayanan, serta citra positif organisasi. Sebaliknya, apabila pelayanan bisnis tidak dilaksanakan secara optimal, maka kualitas layanan yang diberikan juga berpotensi mengalami penurunan. Oleh karena itu, penting bagi organisasi untuk memahami berbagai faktor yang memengaruhi pelaksanaan pelayanan bisnis serta melakukan evaluasi secara berkala terhadap kualitas layanan yang diberikan.

Penelitian mengenai pelaksanaan pelayanan bisnis menjadi penting karena dapat memberikan gambaran mengenai kondisi pelayanan yang berlangsung di Direktorat Bisnis dan Komersialisasi. Melalui penelitian ini, penulis dapat mengidentifikasi berbagai aspek yang telah berjalan dengan baik maupun aspek yang masih memerlukan perbaikan. Hasil penelitian juga diharapkan mampu memberikan informasi mengenai faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan pelayanan bisnis sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan bagi organisasi dalam merumuskan strategi peningkatan kualitas layanan.

Selain memberikan manfaat praktis bagi organisasi, penelitian ini juga memiliki manfaat akademis karena dapat menambah referensi mengenai kajian pelayanan bisnis dan kualitas layanan, khususnya pada lingkungan Direktorat Bisnis dan Komersialisasi. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi bagi mahasiswa maupun peneliti lain yang ingin melakukan penelitian sejenis pada masa yang akan datang.

Dengan mempertimbangkan pentingnya pelaksanaan pelayanan bisnis dalam mendukung peningkatan kualitas layanan, serta berdasarkan hasil pengamatan yang menunjukkan masih adanya beberapa aspek yang perlu ditingkatkan, maka penulis merasa perlu untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai bagaimana pelaksanaan pelayanan bisnis dilakukan dan bagaimana pengaruhnya terhadap peningkatan kualitas layanan pada Direktorat Bisnis dan Komersialisasi. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan dengan judul “Analisis Pelaksanaan Pelayanan Bisnis terhadap Peningkatan Kualitas Layanan pada Direktorat Bisnis dan Komersialisasi.”

Melalui penelitian ini diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai pelaksanaan pelayanan bisnis yang diterapkan, berbagai kendala yang dihadapi dalam proses pelayanan, serta upaya-upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kualitas layanan secara berkelanjutan. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan mampu memberikan kontribusi nyata bagi Direktorat Bisnis dan Komersialisasi dalam mewujudkan pelayanan yang lebih efektif, efisien, profesional, dan berorientasi pada kepuasan pelanggan serta keberhasilan organisasi secara keseluruhan.

KAJIAN TEORITIS

1. Pelaksanaan Bisnis

Pelaksanaan pelayanan bisnis merupakan proses penerapan berbagai kegiatan pelayanan yang dilakukan oleh suatu organisasi dalam rangka memenuhi kebutuhan pelanggan, mitra kerja, maupun pihak lain yang berkepentingan terhadap layanan yang diberikan. Pelaksanaan pelayanan bisnis tidak hanya mencakup pemberian layanan secara langsung kepada pelanggan, tetapi juga melibatkan serangkaian aktivitas pendukung seperti perencanaan, koordinasi, komunikasi, pengelolaan informasi, penyelesaian administrasi, hingga evaluasi terhadap layanan yang telah diberikan.

Secara umum, pelaksanaan pelayanan bisnis dapat diartikan sebagai upaya organisasi dalam mengimplementasikan kebijakan, prosedur, dan standar pelayanan yang telah ditetapkan guna menciptakan pelayanan yang efektif, efisien, dan berorientasi pada kepuasan pelanggan.

Pelaksanaan pelayanan bisnis yang baik akan membantu organisasi dalam membangun hubungan yang harmonis dengan pelanggan serta meningkatkan kepercayaan terhadap organisasi.

Menurut Moenir (2016), pelayanan merupakan suatu proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Dalam konteks bisnis, pelayanan tidak hanya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, tetapi juga menciptakan nilai tambah yang dapat memberikan manfaat bagi pelanggan maupun organisasi. Sementara itu, Kotler dan Keller (2016) menjelaskan bahwa pelayanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan terhadap sesuatu. Dengan demikian, pelayanan bisnis menjadi bagian penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan dan mempertahankan keberlangsungan organisasi.

Pelaksanaan pelayanan bisnis memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung keberhasilan suatu organisasi. Melalui pelayanan yang baik, organisasi dapat meningkatkan kualitas hubungan dengan pelanggan, memperluas jaringan kerja sama, meningkatkan citra organisasi, serta menciptakan keunggulan kompetitif dibandingkan organisasi lain. Oleh karena itu, setiap organisasi perlu memastikan bahwa seluruh proses pelayanan bisnis berjalan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan dan mampu memenuhi harapan pelanggan.

Dalam lingkungan Direktorat Bisnis dan Komersialisasi, pelaksanaan pelayanan bisnis menjadi salah satu aktivitas utama yang mendukung pelaksanaan tugas dan fungsi organisasi. Pelayanan yang diberikan mencakup berbagai aspek, seperti pelayanan informasi, pelayanan administrasi, pengelolaan kerja sama, konsultasi bisnis, pendampingan mitra, hingga berbagai layanan lainnya yang berhubungan dengan kegiatan bisnis dan komersialisasi. Seluruh layanan tersebut harus dilaksanakan secara profesional, responsif, transparan, dan berorientasi pada kebutuhan pelanggan agar dapat memberikan hasil yang optimal.

Pelaksanaan pelayanan bisnis juga berkaitan erat dengan kemampuan organisasi dalam mengelola sumber daya yang dimiliki, baik sumber daya manusia, teknologi, maupun sarana dan prasarana pendukung. Kualitas pelayanan yang diberikan akan sangat dipengaruhi oleh kompetensi pegawai, efektivitas sistem kerja, serta kemampuan organisasi dalam beradaptasi terhadap perkembangan teknologi dan kebutuhan pelanggan yang terus berubah. Oleh karena itu, peningkatan kualitas pelayanan bisnis perlu dilakukan secara berkelanjutan melalui berbagai upaya perbaikan dan inovasi layanan.

Selain itu, pelaksanaan pelayanan bisnis yang efektif harus didukung oleh komunikasi yang baik antara penyedia layanan dan pelanggan. Komunikasi yang jelas dan terbuka dapat membantu pelanggan memperoleh informasi yang dibutuhkan serta meminimalkan terjadinya kesalahpahaman dalam proses pelayanan. Dengan adanya komunikasi yang baik, pelanggan akan merasa lebih dihargai dan mendapatkan kepastian mengenai layanan yang mereka terima.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan pelayanan bisnis merupakan serangkaian kegiatan yang dilakukan organisasi dalam memberikan layanan kepada pelanggan dan mitra kerja melalui penerapan prosedur, standar, dan sistem pelayanan yang telah ditetapkan. Pelaksanaan pelayanan bisnis yang baik akan memberikan dampak positif terhadap peningkatan kualitas layanan, kepuasan pelanggan, efektivitas operasional organisasi, serta keberhasilan pencapaian tujuan organisasi secara keseluruhan. Oleh karena itu, pelaksanaan pelayanan bisnis menjadi aspek yang sangat penting untuk diperhatikan dan terus dikembangkan dalam rangka meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan maupun mitra kerja.

2. Pengertian Kualitas Layanan

Kualitas layanan merupakan salah satu faktor penting yang menentukan keberhasilan suatu organisasi dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Dalam era persaingan yang semakin ketat, organisasi dituntut untuk mampu memberikan layanan yang tidak hanya sesuai dengan standar yang telah ditetapkan, tetapi juga mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan. Kualitas layanan menjadi tolok ukur yang digunakan untuk menilai sejauh mana suatu organisasi mampu memberikan pelayanan yang efektif, efisien, dan berorientasi pada kebutuhan pelanggan.

Secara umum, kualitas layanan dapat diartikan sebagai tingkat keunggulan suatu pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dibandingkan dengan harapan yang dimiliki pelanggan tersebut. Kualitas layanan yang baik akan tercermin dari kemampuan organisasi dalam memberikan pelayanan secara tepat, cepat, akurat, ramah, dan profesional. Sebaliknya, apabila pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan pelanggan, maka kualitas layanan akan dianggap rendah sehingga dapat memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

Menurut Tjiptono (2019), kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Definisi ini menunjukkan bahwa kualitas layanan tidak hanya berkaitan dengan hasil akhir pelayanan, tetapi juga mencakup seluruh proses pelayanan yang dialami oleh pelanggan. Semakin baik proses pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula kualitas layanan yang dirasakan oleh pelanggan.

Sementara itu, Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) menyatakan bahwa kualitas layanan merupakan perbandingan antara harapan pelanggan dengan persepsi pelanggan terhadap pelayanan yang diterima. Apabila pelayanan yang diterima sesuai atau bahkan melebihi harapan pelanggan, maka kualitas layanan akan dinilai baik. Sebaliknya, jika pelayanan yang diterima berada di bawah harapan pelanggan, maka kualitas layanan akan dianggap kurang memuaskan.

Kualitas layanan memiliki peranan yang sangat penting dalam membangun hubungan jangka panjang antara organisasi dan pelanggan. Pelanggan yang merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan cenderung akan kembali menggunakan layanan tersebut dan memberikan rekomendasi kepada pihak lain. Oleh karena itu, organisasi perlu memahami berbagai aspek yang dapat memengaruhi kualitas layanan agar mampu memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

Dalam konteks Direktorat Bisnis dan Komersialisasi, kualitas layanan menjadi salah satu indikator keberhasilan pelaksanaan pelayanan bisnis. Direktorat tidak hanya dituntut untuk memberikan layanan yang cepat dan tepat, tetapi juga harus mampu memberikan solusi yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan mitra kerja. Kualitas layanan yang baik akan membantu meningkatkan kepercayaan pelanggan, memperkuat hubungan kerja sama, serta mendukung tercapainya tujuan organisasi.

Peningkatan kualitas layanan juga berkaitan erat dengan kemampuan organisasi dalam mengelola sumber daya manusia, teknologi, serta sistem pelayanan yang digunakan. Pegawai yang kompeten, didukung oleh teknologi yang memadai dan prosedur pelayanan yang jelas, akan mampu memberikan pelayanan yang lebih efektif dan efisien. Oleh karena itu, organisasi perlu melakukan evaluasi dan perbaikan secara berkelanjutan agar kualitas layanan yang diberikan dapat terus meningkat sesuai dengan perkembangan kebutuhan pelanggan.

Selain memberikan manfaat bagi pelanggan, kualitas layanan yang baik juga memberikan dampak positif bagi organisasi. Organisasi yang mampu memberikan pelayanan berkualitas akan

memperoleh citra yang baik di mata masyarakat, meningkatkan loyalitas pelanggan, memperluas jaringan kerja sama, serta meningkatkan efektivitas pencapaian tujuan organisasi. Dengan demikian, kualitas layanan tidak hanya menjadi ukuran keberhasilan pelayanan, tetapi juga menjadi salah satu faktor yang mendukung keberlanjutan dan perkembangan organisasi.

Berdasarkan berbagai pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan adalah kemampuan suatu organisasi dalam memberikan pelayanan yang mampu memenuhi atau melampaui harapan pelanggan melalui proses pelayanan yang cepat, tepat, akurat, responsif, dan profesional. Kualitas layanan yang baik akan menciptakan kepuasan pelanggan, meningkatkan kepercayaan terhadap organisasi, serta memberikan kontribusi positif terhadap pencapaian tujuan organisasi secara keseluruhan.

3. Peningkatan Kualitas Layanan

Peningkatan kualitas layanan merupakan upaya yang dilakukan organisasi secara berkelanjutan untuk memperbaiki dan mengembangkan proses pelayanan agar dapat memberikan hasil yang lebih baik kepada pelanggan. Dalam era persaingan yang semakin ketat, organisasi dituntut untuk terus melakukan inovasi dan perbaikan layanan guna memenuhi harapan pelanggan yang semakin tinggi. Peningkatan kualitas layanan tidak hanya berfokus pada hasil akhir pelayanan, tetapi juga mencakup perbaikan proses, sumber daya manusia, teknologi, dan sistem kerja yang digunakan. Beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas layanan antara lain sumber daya manusia, sistem dan prosedur kerja, teknologi informasi, sarana dan prasarana, serta kepemimpinan organisasi.

4. Hubungan Pelaksanaan Pelayanan Bisnis dengan Peningkatan Kualitas Layanan

Pelaksanaan pelayanan bisnis dan kualitas layanan merupakan dua aspek yang saling berkaitan dan tidak dapat dipisahkan dalam suatu organisasi. Pelaksanaan pelayanan bisnis yang baik akan memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan kualitas layanan yang dirasakan oleh pelanggan maupun mitra kerja. Sebaliknya, apabila pelaksanaan pelayanan bisnis tidak berjalan secara optimal, maka kualitas layanan yang diberikan juga cenderung menurun sehingga dapat memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

Pelayanan bisnis pada dasarnya merupakan serangkaian aktivitas yang dilakukan organisasi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan melalui pemberian layanan yang efektif, efisien, dan profesional. Dalam pelaksanaannya, pelayanan bisnis melibatkan berbagai unsur seperti sumber daya manusia, prosedur pelayanan, teknologi informasi, sarana dan prasarana, serta sistem komunikasi yang digunakan dalam proses pelayanan. Seluruh unsur tersebut memiliki kontribusi penting dalam menentukan kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan.

Kualitas layanan dapat tercermin dari kemampuan organisasi dalam memberikan pelayanan yang cepat, tepat, responsif, ramah, dan sesuai dengan harapan pelanggan. Oleh karena itu, semakin baik pelaksanaan pelayanan bisnis yang diterapkan oleh suatu organisasi, maka semakin besar peluang terciptanya kualitas layanan yang tinggi. Pelanggan akan menilai kualitas layanan berdasarkan pengalaman yang mereka peroleh selama berinteraksi dengan organisasi, mulai dari proses mendapatkan informasi, kemudahan prosedur pelayanan, kecepatan penyelesaian layanan, hingga kemampuan pegawai dalam memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi pelanggan.

Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988), kualitas layanan dipengaruhi oleh kemampuan organisasi dalam memenuhi harapan pelanggan melalui berbagai dimensi pelayanan seperti keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), empati

(empathy), dan bukti fisik (tangibles). Kelima dimensi tersebut secara langsung berkaitan dengan pelaksanaan pelayanan bisnis yang dilakukan oleh organisasi. Apabila organisasi mampu melaksanakan pelayanan bisnis berdasarkan kelima dimensi tersebut, maka kualitas layanan yang diberikan akan semakin baik dan mampu memenuhi kebutuhan pelanggan secara optimal.

Dalam lingkungan Direktorat Bisnis dan Komersialisasi, hubungan antara pelaksanaan pelayanan bisnis dan peningkatan kualitas layanan dapat dilihat dari berbagai aktivitas pelayanan yang dilakukan setiap hari. Pelayanan yang dilaksanakan dengan prosedur yang jelas, didukung oleh sumber daya manusia yang kompeten, serta memanfaatkan teknologi informasi secara optimal akan membantu meningkatkan efektivitas pelayanan. Kondisi tersebut tidak hanya mempercepat proses pelayanan, tetapi juga meningkatkan kepuasan pelanggan karena kebutuhan mereka dapat dipenuhi dengan lebih baik.

Selain itu, pelaksanaan pelayanan bisnis yang baik juga dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap organisasi. Kepercayaan tersebut muncul ketika pelanggan memperoleh pelayanan yang konsisten, transparan, dan sesuai dengan harapan mereka. Semakin tinggi tingkat kepercayaan pelanggan, maka semakin baik pula persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh organisasi. Dengan demikian, pelaksanaan pelayanan bisnis yang efektif tidak hanya berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, tetapi juga terhadap pembentukan citra positif organisasi.

Hubungan antara pelaksanaan pelayanan bisnis dan kualitas layanan juga dapat dilihat dari aspek sumber daya manusia. Pegawai yang memiliki kompetensi, keterampilan komunikasi, serta kemampuan dalam memberikan pelayanan yang profesional akan mampu menciptakan pengalaman pelayanan yang positif bagi pelanggan. Sebaliknya, kurangnya kompetensi pegawai dapat menyebabkan terjadinya kesalahan dalam pelayanan, keterlambatan penyelesaian pekerjaan, serta menurunnya kualitas layanan yang diterima pelanggan.

Di samping itu, pemanfaatan teknologi informasi dalam pelaksanaan pelayanan bisnis turut memberikan kontribusi terhadap peningkatan kualitas layanan. Penggunaan sistem pelayanan berbasis digital dapat mempercepat proses administrasi, mempermudah akses informasi, meningkatkan akurasi data, serta mengurangi kemungkinan terjadinya kesalahan dalam pelayanan. Dengan adanya dukungan teknologi yang memadai, organisasi dapat memberikan layanan yang lebih efektif dan efisien sehingga kualitas layanan yang dihasilkan menjadi lebih baik.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa pelaksanaan pelayanan bisnis memiliki hubungan yang sangat erat dengan peningkatan kualitas layanan. Pelayanan bisnis yang dilaksanakan secara profesional, responsif, transparan, dan berorientasi pada kebutuhan pelanggan akan mampu menghasilkan kualitas layanan yang lebih baik. Sebaliknya, pelayanan bisnis yang kurang optimal dapat menghambat peningkatan kualitas layanan dan menurunkan tingkat kepuasan pelanggan.

Oleh karena itu, Direktorat Bisnis dan Komersialisasi perlu terus melakukan evaluasi dan perbaikan terhadap pelaksanaan pelayanan bisnis yang ada. Upaya tersebut dapat dilakukan melalui peningkatan kompetensi sumber daya manusia, penyempurnaan prosedur pelayanan, pemanfaatan teknologi informasi, serta peningkatan sarana dan prasarana pendukung pelayanan. Dengan adanya perbaikan yang berkelanjutan, kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan dan mitra kerja dapat terus meningkat sehingga mendukung tercapainya tujuan organisasi secara efektif dan efisien.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk menggambarkan secara mendalam pelaksanaan pelayanan bisnis dan pengaruhnya terhadap peningkatan kualitas layanan pada Direktorat Bisnis dan Komersialisasi Universitas Bina Darma. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus, di mana peneliti berfokus pada pemahaman menyeluruh terhadap fenomena yang terjadi secara alami dalam konteks organisasi. Penelitian dilaksanakan selama kegiatan penelitian berlangsung, dengan teknik pengumpulan data melalui observasi langsung terhadap aktivitas pelayanan bisnis, wawancara mendalam dengan tiga informan yang terdiri dari pembimbing lapangan, staf pengelola pelayanan, dan mahasiswa magang, serta dokumentasi kegiatan yang mendukung proses penelitian. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan model Miles dan Huberman yang mencakup reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Validitas data diuji melalui triangulasi sumber dan triangulasi teknik untuk memastikan keabsahan dan keandalan temuan penelitian.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan selama pelaksanaan kegiatan penelitian pada Direktorat Bisnis dan Komersialisasi Universitas Bina Darma. Data penelitian diperoleh melalui observasi langsung terhadap aktivitas pelayanan bisnis, wawancara dengan pembimbing lapangan dan staf yang terlibat dalam pelayanan, serta dokumentasi kegiatan yang berlangsung selama masa penelitian. Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai pelaksanaan pelayanan bisnis, kualitas layanan yang diberikan, faktor pendukung, kendala yang dihadapi, dan upaya peningkatan kualitas layanan.

Tabel 1. Data Informan Penelitian

No	Informan	Jabatan	Kode
1	Edi Supratman, M.Kom	Pembimbing Lapangan	I1
2	Staf Direktorat Bisnis dan Komersialisasi	Pengelola Pelayanan	I2
3	Mahasiswa Magang	Informan Pendukung	I3

Sumber: Data Primer Diolah Penulis (2026)

1. Pelaksanaan Pelayanan Bisnis pada Direktorat Bisnis dan Komersialisasi

Pelaksanaan pelayanan bisnis merupakan kegiatan utama yang dilakukan Direktorat Bisnis dan Komersialisasi dalam memberikan layanan kepada pengguna maupun mitra kerja. Berdasarkan hasil wawancara, pelayanan bisnis dilaksanakan melalui prosedur yang telah ditetapkan agar pelayanan berjalan secara efektif dan efisien.

Tabel 2. Hasil Wawancara Pelaksanaan Pelayanan Bisnis

Kode Informan	Pernyataan Informan
I1	Pelayanan bisnis dilakukan melalui penerimaan permohonan layanan, proses administrasi, koordinasi dengan unit terkait, dan penyelesaian layanan kepada pengguna.
I2	Setiap layanan diproses sesuai prosedur kerja sehingga kegiatan pelayanan dapat berjalan dengan teratur dan terdokumentasi.
I3	Penggunaan media digital membantu mempercepat proses pelayanan administrasi dan komunikasi dengan pengguna layanan.

Sumber: Data Primer Diolah Penulis (2026)

Berdasarkan hasil wawancara di atas, diketahui bahwa pelaksanaan pelayanan bisnis pada Direktorat Bisnis dan Komersialisasi telah mengikuti prosedur yang terstruktur. Setiap permintaan layanan diterima dan diverifikasi terlebih dahulu sebelum diproses lebih lanjut. Dalam pelaksanaannya, pegawai melakukan koordinasi dengan unit-unit terkait agar kebutuhan pengguna dapat diselesaikan sesuai ketentuan yang berlaku.

Selain itu, penggunaan teknologi informasi seperti surat elektronik, aplikasi perkantoran, dan media komunikasi digital turut mendukung efektivitas pelayanan. Pemanfaatan teknologi tersebut membantu mempercepat proses penyampaian informasi dan mempermudah pengelolaan dokumen pelayanan.

Pelaksanaan pelayanan bisnis yang dilakukan Direktorat Bisnis dan Komersialisasi menunjukkan penerapan prinsip pelayanan yang baik, yaitu kejelasan prosedur, ketepatan pelayanan, dan efektivitas kerja. Temuan ini sejalan dengan teori pelayanan bisnis yang menyatakan bahwa pelayanan yang baik harus mampu memberikan kemudahan akses, ketepatan proses, dan respons yang cepat terhadap kebutuhan pengguna.

Melalui sistem pelayanan yang terstruktur, instansi mampu memberikan pelayanan yang lebih efektif sehingga mendukung peningkatan kualitas layanan secara keseluruhan.

2. Kualitas Layanan yang Diberikan

Kualitas layanan merupakan kemampuan organisasi dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pengguna layanan. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, kualitas layanan yang diberikan Direktorat Bisnis dan Komersialisasi dapat dikaji menggunakan dimensi SERVQUAL.

Tabel 3. Hasil Wawancara Mengenai Kualitas Layanan

Kode Informan	Pernyataan Informan
I1	Pelayanan diberikan dengan mengutamakan ketepatan waktu, kejelasan informasi, dan profesionalisme pegawai.
I2	Pegawai selalu berusaha membantu pengguna layanan sesuai kebutuhan dan memberikan informasi secara jelas.
I3	Pengguna layanan memperoleh respons yang cepat serta pelayanan yang ramah dari pegawai.

Sumber: Data Primer Diolah Penulis (2026)

Tabel 4. Analisis Kualitas Layanan Berdasarkan Dimensi SERVQUAL

Dimensi	Temuan Penelitian
Tangibles	Tersedianya komputer, jaringan internet, dan ruang kerja yang memadai
Reliability	Pelayanan dilaksanakan sesuai prosedur yang berlaku
Responsiveness	Pegawai memberikan respon yang cepat terhadap kebutuhan pengguna
Assurance	Pegawai memiliki kompetensi yang baik dalam menjalankan tugas pelayanan
Empathy	Pegawai menunjukkan sikap ramah dan peduli terhadap pengguna layanan

Sumber: Hasil Observasi dan Wawancara (2026)

Hasil wawancara menunjukkan bahwa kualitas layanan pada Direktorat Bisnis dan Komersialisasi sudah berjalan dengan baik. Pegawai mampu memberikan pelayanan yang cepat, ramah, dan profesional. Selain itu, fasilitas kerja yang tersedia juga mendukung proses pelayanan sehingga pengguna dapat memperoleh layanan secara optimal.

Berdasarkan dimensi SERVQUAL, kualitas layanan yang diberikan telah memenuhi indikator pelayanan yang baik. Keandalan pegawai dalam menjalankan tugas, kemampuan merespons kebutuhan pengguna, serta sikap empati yang ditunjukkan menjadi faktor penting dalam menciptakan kepuasan pengguna layanan.

Temuan ini mendukung teori Parasuraman yang menyatakan bahwa kualitas layanan dipengaruhi oleh bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati yang diberikan oleh organisasi kepada pengguna layanan.

3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pelaksanaan Pelayanan Bisnis

Tabel 5. Hasil Wawancara Faktor Pendukung Pelayanan Bisnis

Kode Informan	Pernyataan Informan
I1	Kompetensi sumber daya manusia sangat memengaruhi kualitas pelayanan yang diberikan.
I2	Pemanfaatan teknologi informasi membantu mempercepat pekerjaan administrasi dan komunikasi.
I3	Kerja sama dan koordinasi antarpegawai mendukung kelancaran proses pelayanan.

Sumber: Data Primer Diolah Penulis (2026)

Berdasarkan hasil wawancara, terdapat beberapa faktor yang memengaruhi pelaksanaan pelayanan bisnis yaitu kualitas sumber daya manusia, penggunaan teknologi informasi, koordinasi antarpegawai, dan ketersediaan sarana prasarana.

Kompetensi pegawai menjadi faktor utama dalam menentukan keberhasilan pelayanan bisnis. Pegawai yang memiliki kemampuan komunikasi dan pemahaman kerja yang baik akan mampu memberikan pelayanan yang lebih efektif. Selain itu, dukungan teknologi informasi turut meningkatkan efisiensi pelayanan sehingga berbagai kebutuhan pengguna dapat diproses dengan lebih cepat.

4. Kendala dalam Pelaksanaan Pelayanan Bisnis

Tabel 6. Hasil Wawancara Kendala Pelayanan Bisnis

Kode Informan	Pernyataan Informan
I1	Beberapa pelayanan membutuhkan koordinasi dengan unit lain sehingga membutuhkan waktu yang lebih lama.
I2	Peningkatan jumlah pekerjaan pada periode tertentu menyebabkan beban kerja meningkat.
I3	Gangguan jaringan internet terkadang menghambat proses administrasi pelayanan.

Sumber: Data Primer Diolah Penulis (2026)

Kendala yang ditemukan dalam pelaksanaan pelayanan bisnis meliputi koordinasi lintas unit kerja, peningkatan volume pekerjaan, serta gangguan teknis pada jaringan internet.

Kendala tersebut dapat memengaruhi kecepatan pelayanan apabila tidak ditangani dengan baik. Koordinasi yang melibatkan banyak pihak membutuhkan waktu yang lebih panjang sehingga berpotensi memperlambat proses pelayanan. Selain itu, kendala teknis juga dapat menghambat proses administrasi yang sebagian besar telah menggunakan sistem digital.

5. Upaya Peningkatan Kualitas Layanan

Tabel 7. Hasil Wawancara Upaya Peningkatan Kualitas Layanan

Kode Informan	Pernyataan Informan
I1	Evaluasi pelayanan dilakukan secara berkala untuk mengetahui kekurangan yang perlu diperbaiki.
I2	Pemanfaatan teknologi informasi terus ditingkatkan guna mempercepat pelayanan.
I3	Pegawai diberikan arahan dan pembinaan agar kualitas pelayanan tetap terjaga.

Sumber: Data Primer Diolah Penulis (2026)

Direktorat Bisnis dan Komersialisasi melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan kualitas layanan, antara lain evaluasi berkala, peningkatan kompetensi pegawai, penguatan koordinasi kerja, dan pemanfaatan teknologi informasi.

Upaya peningkatan kualitas layanan menunjukkan adanya komitmen organisasi untuk terus memperbaiki pelayanan yang diberikan kepada pengguna. Melalui evaluasi berkelanjutan dan peningkatan kompetensi sumber daya manusia, organisasi dapat meningkatkan efektivitas pelayanan sekaligus meningkatkan kepuasan pengguna layanan.

6. Pembahasan Umum Hasil Penelitian

Berdasarkan seluruh hasil wawancara dan observasi yang dilakukan selama kegiatan penelitian, dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan pelayanan bisnis pada Direktorat Bisnis dan Komersialisasi memiliki peranan yang sangat penting dalam meningkatkan kualitas layanan. Pelayanan yang dilaksanakan secara terstruktur dan sesuai prosedur mampu mendukung terciptanya pelayanan yang efektif, efisien, dan profesional.

Keberhasilan pelayanan bisnis tidak terlepas dari kompetensi sumber daya manusia, dukungan teknologi informasi, koordinasi kerja yang baik, serta tersedianya sarana dan prasarana

yang memadai. Faktor-faktor tersebut menjadi pendukung utama dalam menciptakan pelayanan yang mampu memenuhi kebutuhan pengguna layanan.

Walaupun masih terdapat beberapa kendala seperti koordinasi lintas unit, tingginya beban kerja pada periode tertentu, dan gangguan teknis, namun Direktorat Bisnis dan Komersialisasi telah melakukan berbagai upaya perbaikan melalui evaluasi berkala, penguatan sistem pelayanan, dan peningkatan kompetensi pegawai. Dengan adanya upaya tersebut, kualitas layanan dapat terus ditingkatkan sehingga mampu memberikan kepuasan yang lebih baik kepada pengguna maupun mitra kerja.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin baik pelaksanaan pelayanan bisnis yang dilakukan oleh Direktorat Bisnis dan Komersialisasi, maka semakin baik pula kualitas layanan yang dihasilkan. Temuan tersebut sejalan dengan teori pelayanan bisnis yang menyatakan bahwa kualitas layanan dipengaruhi oleh kecepatan pelayanan, ketepatan proses, profesionalisme petugas, serta kemampuan organisasi dalam merespons kebutuhan pengguna secara efektif dan berkelanjutan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Analisis Pelaksanaan Pelayanan Bisnis terhadap Peningkatan Kualitas Layanan pada Direktorat Bisnis dan Komersialisasi Universitas Bina Darma, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut.

Pelaksanaan pelayanan bisnis pada Direktorat Bisnis dan Komersialisasi telah berjalan dengan cukup baik dan dilaksanakan sesuai dengan prosedur yang berlaku. Setiap permintaan layanan diproses melalui tahapan administrasi, koordinasi, serta penyelesaian layanan yang dilakukan secara sistematis. Dalam pelaksanaannya, pegawai memanfaatkan teknologi informasi untuk mendukung kelancaran proses pelayanan sehingga pekerjaan dapat dilakukan secara lebih efektif dan efisien.

Kualitas layanan yang diberikan Direktorat Bisnis dan Komersialisasi juga tergolong baik. Hal ini terlihat dari kemampuan pegawai dalam memberikan informasi yang jelas, respons yang cepat, sikap yang ramah, serta pelayanan yang profesional kepada pengguna layanan. Berdasarkan dimensi SERVQUAL, kualitas layanan telah didukung oleh aspek bukti fisik yang memadai, keandalan dalam menjalankan tugas, daya tanggap terhadap kebutuhan pengguna, jaminan kompetensi pegawai, serta empati dalam memberikan pelayanan.

Pelaksanaan pelayanan bisnis dipengaruhi oleh beberapa faktor penting, yaitu kompetensi sumber daya manusia, pemanfaatan teknologi informasi, koordinasi antarpegawai dan antarunit kerja, serta ketersediaan sarana dan prasarana yang mendukung aktivitas pelayanan. Faktor-faktor tersebut memiliki peranan yang signifikan dalam menentukan efektivitas dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pengguna layanan.

Meskipun demikian, masih terdapat beberapa kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan pelayanan bisnis, seperti proses koordinasi yang melibatkan beberapa unit kerja sehingga membutuhkan waktu yang lebih lama, meningkatnya volume pekerjaan pada waktu tertentu, serta kendala teknis yang berkaitan dengan jaringan internet dan sistem administrasi. Kendala tersebut dapat memengaruhi kecepatan dan efektivitas pelayanan apabila tidak ditangani dengan baik.

Untuk mengatasi berbagai kendala tersebut, Direktorat Bisnis dan Komersialisasi telah melakukan berbagai upaya perbaikan melalui evaluasi pelayanan secara berkala, peningkatan pemanfaatan teknologi informasi, penguatan koordinasi antarunit kerja, serta peningkatan

kompetensi pegawai. Upaya-upaya tersebut menunjukkan komitmen instansi dalam meningkatkan kualitas pelayanan secara berkelanjutan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan pelayanan bisnis memiliki peranan yang penting dalam meningkatkan kualitas layanan pada Direktorat Bisnis dan Komersialisasi. Semakin baik pelaksanaan pelayanan bisnis yang dilakukan, maka semakin baik pula kualitas layanan yang diterima oleh pengguna maupun mitra kerja.

DAFTAR PUSTAKA

- Hardiansyah. (2018). *Kualitas pelayanan publik: Konsep, dimensi, indikator, dan implementasinya*. Gava Media.
- Kasmir. (2017). *Customer service excellent: Teori dan praktik*. Rajawali Pers.
- Kotler, Philip, P., & Keller, Kevin Lane, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lupiyoadi, Rambat. (2018). *Manajemen pemasaran jasa* (4th ed.). Salemba Empat.
- Moenir. (2016). *Manajemen pelayanan umum di Indonesia*. Bumi Aksara.
- Parasuraman, A., A., Zeithaml, Valarie A., V. A., & Berry, Leonard L., L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Sinambela, Lijan Poltak. (2019). *Reformasi pelayanan publik: Teori, kebijakan, dan implementasi*. Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta
- Tjiptono, Fandy, F., & Chandra, Gregorius, G. (2020). *Service, quality dan customer satisfaction* (5th ed.). Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2019). *Pemasaran jasa: Prinsip, penerapan, dan penelitian*. Andi Offset.